

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran media sosial Instagram dalam membangun brand awareness @iDeviceStoreJogja dan mengetahui kelebihan dan kekurangan media sosial Instagram dalam membangun brand awareness @iDeviceStoreJogja. Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah followers akun @iDeviceStoreJogja. Fungsi Instagram dalam membangun brand awareness menjadi pokok bahasan penelitian ini. Peneliti juga menggunakan data sekunder untuk mendukung hasil penelitian yang diambil dari sumber informasi yang sudah ada sebelumnya yaitu data melalui website dan kanal youtube.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, dimana data yang diperoleh dinyatakan dalam angka. Kemudian dilakukan perhitungan atau pengolahan secara statistik dengan bantuan program Statistical Package for Social Science atau SPSS. Hasil pengujian yang diperoleh menunjukkan bahwa penggunaan Instagram pada akun @iDeviceStoreJogja efektif secara signifikan dan positif dalam membangun brand awareness. Hal ini dibuktikan dengan nilai yang diperoleh sebesar 32,241 dan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$.

Kata Kunci: Instagram, Brand Awareness, Idevicestorejogja.